



**University of  
Zurich**<sup>UZH</sup>

**Zurich Open Repository and  
Archive**

University of Zurich  
University Library  
Strickhofstrasse 39  
CH-8057 Zurich  
[www.zora.uzh.ch](http://www.zora.uzh.ch)

---

Year: 2015

---

## **Politiker auf Twitter. Sag es kurz und prägnant**

Rauchfleisch, Adrian ; Metag, Julia

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-115251>

Newspaper Article

Published Version

Originally published at:

Rauchfleisch, Adrian; Metag, Julia. Politiker auf Twitter. Sag es kurz und prägnant. In: Neue Zürcher Zeitung, 2015, online.

# Sag es kurz und prägnant

*Twitter als kommunikativer Marktplatz für Volksvertreter und Journalisten*

Auch Twitter kann die Karriere von Politikern stützen. Dazu müssen diese allerdings regelmässig schreiben und prägnante Botschaften formulieren.

ADRIAN RAUCHFLEISCH, JULIA METAG

«Wir schlagen einen Massnahmenkatalog vor – Wo ist denn nun der Klar-text?», hinterfragte Nationalrat Martin Landolt (bdp.) im August auf Twitter Philipp Müllers (fdp.) Aussagen zur Umsetzung der Masseneinwanderungsinitiative. Gerade erst war ein Interview mit Müller in der «Aargauer Zeitung» erschienen. Seinen Tweet richtete Martin Landolt direkt an den für das Interview verantwortlichen Journalisten. Prompt wurden sein Tweet sowie der Massnahmenkatalog der BDP am folgenden Tag vom Journalisten in einem Artikel erwähnt.

Es gehört zum politischen Alltag, dass Politiker Pressekonferenzen geben, Pressecommuniqués verfassen oder wie Philipp Müller Interviews geben. Mit Twitter steht nun Politikern in der Schweiz ein neuer Kommunikationskanal zur Verfügung und damit auch ein neuer Zugang zur Medienöffentlichkeit. Twitter ist beliebt, da Politiker mit ihm Tausende von Nutzern direkt erreichen können und da für ein Profil auf Twitter keine zusätzlichen Kosten anfallen.

Als Twitter noch neu war, bestand daher die Hoffnung, dass ressourcen-schwache politische Akteure, also etwa Kandidaten kleiner Parteien, über soziale Netzwerke die Dominanz ressourcen-starker Akteure brechen könnten. Wie in anderen demokratischen Ländern dominierte auch in der Schweiz vor sieben Jahren noch mit Politikern der Grünen eine kleine Partei die Twitter-Sphäre. Diese «Egalisierung» war nur kurzlebig. Schon bald standen mit den Vertretern von SVP, SP, FDP und CVP auch auf Twitter die wählerstärksten Parteien an der Spitze. Wer Twitter erfolgreich nutzen und seinen Einfluss vergrössern will, muss regelmässig Kurznachrichten schreiben, da einem nur

dann viele Nutzer folgen, die man mit seinen Tweets erreichen kann.

Hier zeigen sich bei Schweizer Politikern grosse Unterschiede. Sie sind am besten mit dem Alter zu erklären: Je jünger ein Politiker, desto mehr Nachrichten schreibt er pro Tag. Junge Politiker erreichen also potenziell mehr Twitter-Nutzer. Da jedoch nur wenige Schweizer Bürger regelmässig Twitter verwenden, ist dieses Instrument für Kampagnen weniger geeignet. Journalisten hingegen gehören zu den aktivsten Twitter-Nutzern innerhalb der Schweiz und stellen somit eine für Politiker interessante Kontaktgruppe dar. Sie erhoffen sich, dass die Journalisten über ihre Positionen und Themen berichten.

## Eng vernetzt

Politiker und Journalisten sind auf Twitter eng miteinander vernetzt und schreiben sich dort häufig an. Daher haben wir in einer Studie untersucht, ob und wie Journalisten Tweets von Politikern für ihre Berichterstattung verwenden. Eine Befragung von Journalisten zeigte, dass für sie die Politiker die wichtigste Kontaktgruppe auf Twitter sind, neben dem Publikum und anderen Journalisten. Journalisten setzen Twitter vor allem beruflich ein, um neue Ideen für Artikel zu finden und laufenden Diskussionen zu folgen. Am häufigsten wird Twitter von Journalisten verwendet, welche die Plattform zum Recherchieren schätzen.

Die Informationen aus einem Tweet eines Politikers werden dabei eher verwendet, wenn sich dessen Mitteilung als Quelle für Zitate eignet. Die Chance eines Einflusses besteht also; sie beschränkt sich aber auf 140 Zeichen. Werden diese 140 Zeichen von Politikern für eine prägnante Nachricht genutzt, steigt die Wahrscheinlichkeit, dass diese von Journalisten aufgegriffen wird.

Ferner haben wir untersucht, wie stark sich Twitter-Debatten von der Berichterstattung klassischer Massenmedien unterscheiden. Während der Frühjahrssession 2015 sowie während dreier Wochen im April wurde erhoben, wie oft die Bundesparlamentarier auf Twitter und in den Printmedien erwähnt

werden. In beiden Phasen korreliert die Anzahl der Nennungen eines Politikers in den Medien sehr stark mit der Häufigkeit der Erwähnungen eines Politikers auf Twitter sowie mit der Anzahl an Antworten, die ein Politiker jeweils erhalten hat. Dies ist ein starker Hinweis darauf, dass sich diese zwei Öffentlichkeiten bezüglich der Aufmerksamkeit, die ein Politiker erhält, sehr ähneln. Politiker, die in den Medien stark repräsentiert sind, bekommen auch mehr Aufmerksamkeit auf Twitter.

### Pointierte Tweets erfolgreicher

Generell zeigen die Untersuchungen also: Politische Ereignisse haben einen wesentlichen Einfluss darauf, welche Politiker im Rampenlicht stehen – auf Twitter wie in den Medien. Letztere haben wiederum einen starken Einfluss darauf, was auf Twitter diskutiert wird. Das eingangs erwähnte Beispiel verdeutlicht dies: Gibt ein Politiker wie Philipp Müller ein Interview zu einem Thema, können andere Politiker auf Twitter diese Debatte aufnehmen. Politiker haben aber nur dann eine Chance, mit ihren Twitter-Nachrichten in den Medien zu landen, wenn sie zu einem aktuellen Thema einen pointierten, zitierfähigen Tweet verfassen.

---

**Adrian Rauchfleisch** ist Assistent, **Julia Metag** Oberassistentin am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich (IPMZ). Beide haben soeben den Aufsatz «The special case of Switzerland: Swiss politicians on Twitter» in der Zeitschrift «New Media & Society» veröffentlicht. Zur Journalistenbefragung stehen die ersten Ergebnisse online zur Verfügung.